

ІННОВАЦІЙНІСТЬ СТРАТЕГІЙ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. М. БУРАК, канд. екон. наук, доц.

Н. В. ДРІЛЬ, ас.

Харківський національний університет

міського господарства ім. О. М. Бекетова

61002 Україна, м. Харків, вул. Маршала Бажанова, 17

Ndril@mail.ru

Будівельна галузь Україні за 2016 рік показує позитивні тенденції в змінах: на 14,1 відсотків зросли обсяги робіт, пожвавилися процеси видачі дозвільних документів в будівництві, покращується інвестиційний мікроклімат завдяки процесам дерегуляції економіки.

Дані тенденції дають змогу говорити про необхідність підготовки всіх підприємств будівельної галузі до змін умов функціонування, тобто підсилення конкурентної боротьби за споживачів і інвесторів. Для отримання стійких конкурентних переваг в сучасних реаліях кожному будівельному підприємству необхідно зробити свою стратегію розвитку інноваційною.

Метою даної роботи є висвітлення питання надання стратегіям будівельних підприємств ознак інноваційності.

І. Ансофф у своїх работах зауважує, що стратегічне управління на підприємстві, результатом якого є створення стратегії, має носити проактивний характер, тобто саме підприємство має буди генератором змін в зовнішньому середовищі. Досягти такого стану можливо лише за умов того, що розроблені стратегії всіх рівнів будуть мати неповторні параметри інноваційності.

На сьогодні більшість підприємств будівельної галузі формують свої стратегії за принципом реактивності. В цьому є певна доцільність, пов'язана з високим рівнем динаміки кризових явищ у будівництві. Більшість стратегій перетворилися на антикризові стратегії.

З позитивними змінами прийде необхідність володіти унікальними складовими розвитку, ними може стати стратегії інноваційного розвитку будівельного підприємств з урахуванням ринкової позиції підприємства.

Для підприємств, що володіють значною часткою ринку (наприклад, ПрАТ «Трест Житлобуд-1») актуальним є вже зараз готувати своє підприємство до стратегічних змін, пов'язаних зі стратегією проактивного стратегічного управління.

Підкреслимо, мова йде не про інноваційну стратегію підприємства, що за класичним групуванням поділяється на віолентну, патієнтну, комутантну і експлерентну. Нами пропонується включити інноваційність як фактор в більшість процесів управління стратегічного рівня.

Ковтун О. І. запропонував класифікувати інноваційні стратегії наступним чином: корпоративні стратегії (для підприємства в цілому); інноваційні стратегії бізнес-одиниць (як складові конкурентних стратегій); інноваційні стратегії окремих бізнес-процесів; конкретні господарські операції

інноваційного змісту на рівні окремих підрозділів [1]. Підтримуючи даний підхід, звернемо увагу, що інновативність має, в першу чергу, стосувати трьох рівнів – корпоративного, бізнес-рівня і функціонального.

Сьогодні на будівельних підприємствах інноваційність частіше за все відображена на функціональному рівні створенням стратегії науково-дослідницьких та конструкторських робіт, яка може входити до складу виробничої стратегії. Інноваційність маркетингової стратегії активно обговорюється науковцями, але повільно впроваджується в практику.

Отже, для сприяння процесам забезпечення інноваційності стратегічного набору будівельним підприємствам слід переходити до усвідомлення незворотності змін інноваційного вектору стратегічного управління.

Список використаних джерел:

1. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємств : теоретико-методологічні засади / О. І. Ковтун // « Економіка України». – 2013. – № 4. – С.44–56